

Kari Laakso

## Muusikko yrittäjänä

Metropolia Ammattikorkeakoulu  
Musiikkipedagogi  
Pop/jazz-musiikin koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
24.4.2012

Tekijä(t) Otsikko	Kari Laakso Muusikko yrittäjänä
Sivumäärä Aika	32 24.4.2012
Tutkinto	Musiikkipedagogi (AMK)
Koulutusohjelma	Pop/jazz–musiikin koulutusohjelma (AMK)
Suuntautumisvaihtoehto	Rummut
Ohjaaja(t)	MuM Jukka Väisänen MuM Reijo Karvonen
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli kuvata rytmimusiikin toimialalla tapahtuvia muutoksia ja esittää yrittäjyys keinona ansaita toimeentulo ammattimuusikkona musiikkitarjonnan kentän monipuolistuessa. Työssä todettiin, että yhä useampi muusikko päätyy tänä päivänä yrittäjäksi. Vaikka yrittäjyys ilmionä oli esitetyn tutkimuksen mukaan tuore, sen merkitys tulisi jatkossa korostumaan yhä enemmän.</p> <p>Työssä tarkastelun kohteena olivat seuraavat pääaiheet: yrittäjyys, yritystoiminta, muusikkous ja luovuus. Tavoitteena oli esittää liiketoimintamalli, jossa nämä neljä tekijää yhdistyvät yhdeksi kokonaisuudeksi. Esitetyn liiketoimintamallin avulla aloitteleva yrittäjä voisi hahmottaa omaa liikeideaansa ja sen jalostamista kannattavaksi liiketoiminnaksi. Koska rytmimusiikkialalla on paljon freelancer-toimijoita, oli työn eräs päätavoite myös antaa työkaluja heille, jotka harkitsevat työsuhteisen freelancer-muusikon ammattikuvan laajentamista freelancer-yrittäjäksi.</p> <p>Yrittäjyys ja yritystoiminta sisältävät paljon osa-alueita, joita tässä työssä ei huomioitu. Tarkoituksella rajauduttiin käsittelemään sitä tärkeintä: miksi yritys on olemassa. Liiketoiminnan jatkuvuuden kannalta todettiin, että hyvin mietitty toiminta-ajatus ja liikeidea ovat tärkeimmät suunniteltavat asiat yritystä perustettaessa.</p> <p>Nykyinen ammattiin johtava koulutusjärjestelmä on painottanut sekä oman instrumentin että eri musiikin tyylisuuntien hyviä hallintataitoja, mutta tänä päivänä erilaisten yrittäjyys- ja yritystoimintakurssien tarjoaminen osana koulutusta ovat edellytys työelämään sijoittumisessa. Yhteenvetona todettiin, että oman yrityksen kautta tapahtuva ammattimuusikkona toimiminen antaa vaihtoehtoja toimia ja mahdollistaa paremman näkyvyyden sekä uskottavuuden markkinoilla.</p>	
Avainsanat	Yrittäjyys, yritystoiminta, ammattimuusikko, rytmimusiikki

Author(s) Title	Kari Laakso Musician as an Entrepreneur
Number of Pages Date	32 pages 24 April 2012
Degree	Bachelor of Pop and Jazz Music Education
Degree Programme	Pop and Jazz Music
Major	Drums
Instructor(s)	Jukka Väisänen, M.Mus. Reijo Karvonen, M.Mus.
<p>The thesis describes the changes that have taken place in pop and jazz music business during the last few years and presents the entrepreneurship as a noteworthy career choice for a musician. The survey shows that today an increasing number of musicians establish a firm or a company of their own in order to earn their living.</p> <p>The thesis discusses four main topics: entrepreneurship, music business, being a musician and creativity. By combining these four elements into one entity, a person who considers becoming an entrepreneur can plan and evaluate their ideas and visions using a business modeling structure. It is merely a tool and a way of thinking of what should be taken into account. In music business, there are lots of musicians who work on a freelance basis. One major goal was to give concrete examples and tools for those who are considering broadening their professional scope from freelancing towards true entrepreneurship.</p> <p>When establishing a firm, there are lots of other issues to consider in addition to what has been discussed in this particular thesis, e.g., marketing and financial planning. The thesis deliberately focuses on the importance of defining a believable vision and a business idea first. A well-planned business idea leads into actions which grow into long term, on-going business. Other functions merely support the main business idea.</p> <p>At the moment, professional music education system emphasizes the importance of instrumental skills and command of a wide variety of music styles. This study shows that today the needs and requirements are different. The combination of being a musician and entrepreneur increases the credibility of the musician and offers lots of possibilities to be employed in the business. Our education music system has to provide students with knowledge and skills to meet the new needs of the music industry.</p>	
Keywords	Entrepreneurship, music business, musician, pop and jazz music

## Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön taustatekijät	1
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet	3
1.3	Tutkimusmenetelmät	4
2	Eri yritysmuodot ja niiden vertailu	5
2.1	Rakenteellinen näkökulma	6
2.1.1	Yksityisliike eli toiminimi (Tmi)	6
2.1.2	Avoin yhtiö (Ay)	7
2.1.3	Kommandiittiyhtiö (Ky)	8
2.1.4	Osakeyhtiö (Oy)	9
2.2	Verotuksellinen näkökulma	10
2.3	Yksin vai yhdessä?	12
3	Päätös ryhtyä yrittäjäksi	13
3.1	Minä yrittäjänä	13
3.2	Liikeidea ja missio	16
3.2.1	Kohderyhmä	17
3.2.2	Tuote	19
3.2.3	Toimitustapa	20
3.2.4	Imago	23
3.3	Yrittäjyyden menestystekijät	25
4	Luovuus ja liiketoiminta	26
5	Yhteenveto ja pohdinta	29
	Lähteet	31

## 1 Johdanto

Tässä luvussa kuvaan musiikkitoimialalla tapahtuvia muutoksia ja niiden vaikutuksia muusikon työllistymiseen tulevaisuudessa. Johdanto antaa taustatietoa opinnäytetyöni teemasta yrittäjyys. Yrittäjyys on ajankohtainen aihe, koska se on yhä useamman muusikon keino työllistyä. Musiikkitoimialan lisäksi yrittäjyys on työllistymiskeinona yleistymässä myös muilla toimialoilla. Yrityksmaailmassa on trendinä ulkoistaa eri toimintoja kustannustehokkuuden lisäämiseksi. Ulkoistamisen seurauksena palvelut halutaan ostaa kilpailukykyiseen hintaan sen sijaan, että yritys itse tuottaisi ne.

### 1.1 Opinnäytetyön taustatekijät

Musiikkiala on murroksessa. Teknologinen kehitys on viime vuosina ollut niin nopeaa, että lainsäätäjät ovat hädin tuskin kyenneet seuramaan tapahtumia vierestä, saati päivittämään alan lainsäädäntöä vastaamaan muuttuviin tarpeisiin ja haasteisiin. Musiikkialan muutoksen tuulet koskettavat koko kenttää: levy-yhtiöitä, artisteja, muusikkoja, konserttijärjestäjiä, ohjelmatoimistoja ja musiikin kuuntelijoita eli yleisöä.

Musiikin digitalisoitumisen seurauksena levy-yhtiöt hakevat vaihtoehtoisia toimintamalleja yhä vähenevän äänitemyynnin kompensoimiseksi. Levy-yhtiöt tarjoavat asiakkailleen 360-mallia, jossa he vastaavat aivan kaikesta: äänite-, keikka- ja oheistuotteiden myynnistä. Levytysbudjetteja pienennetään ja esityskorvausten jaosta käydään entistä tiukempia neuvotteluita. Perinteisten ohjelmatoimistojen rooli tulee uuden levy-yhtiöliiketoimintamallin myötä myös muuttumaan. Yksittäisen muusikon ja artistin näkökulmasta tämä tarkoittaa, että liikkumavara itsenäisessä päätöksenteossa kapenee entisestään.

1980-luvulla koettiin suuri muutos, kun cd-levyt alkoivat korvata vinylilevyt. Huolimatta teknisestä muutoksesta, artistit kykenivät vielä silloin vaikuttamaan julkaistavan äänitteen kappalevalikoimaan, äänitteen dramaturgiseen kaareen ja kappaleiden esitettävään ja soitettavaan järjestykseen. Tänä päivänä musiikin jakelu on hyvin pirstaloitunutta. Yhtyeen levyn julkaisupäivä ei ole enää sitä, mitä se oli esim. 1970-luvulla, kun jonotettiin musiikkikaupan oven ulkopuolella odottamassa kaupan

aukeamista ja sitä, että päästiin hypistelemään tuoretta julkaisua ja ihailemaan vasta uunista tulleen levyn kansitaidetta. Nyt kuluttaja voi rakennella omia soittolistojaan lataamalla internetistä kappaleen sieltä ja toisen täältä ja koska tallenneformaatteja on useita, ovat ne myös kuluttajan vapaasti valittavissa.

Musiikin kuuntelutottumukset ovat myös muuttuneet teknologisen kehityksen myötä. Koska kuluttaja voi ladata internetistä yksittäisiä musiikkikappaleita jopa ilmaiseksi ja aivan laillisesti, on musiikista tullut myös yhä enemmän kertakulutushyödyke. Enää ei ole niin kiinnostavaa tietää, esimerkiksi keitä muusikoita kyseisellä julkaisulla soittaa tai kenen säveltämä ja sovittama kuunneltava kappale on. Oleellisempi tieto saattaa olla se, kuinka monta megatavua kyseinen tiedosto on kooltaan ja mahtuuko se tallentumaan kuuntelulaitteeseen. Fyysinen tallenne (cd-levy tai lp-levy) koetaan hankalaksi, tilaa vieväksi esineeksi ja sitä on vaikea kantaa mukana. Ja kukapa enää tänä päivänä istahtaisi omalle kotisohvalle ja laittaisi stereoista levyn soimaan kuunnellen sen alusta loppuun samalla esim. lukien laulun sanoja ja muuta levyn kanteen kirjoitettua taustatietoa.

Muusikon toimenkuva on myös muuttunut hyvin radikaalisti. Monet ammattinimikkeet ovat jääneet historiaan ja tilalle ovat tulleet moniosaamisen vaatimukset. Teknologinen kehitys on vaikuttanut mm. ammattimaisesti toimivien äänitysstudioiden vähenemiseen. Oman äänitysstudion perustaminen ja tarvittavan laitteiston hankinta on jokaisen käden ulottuvilla. Omien kotistudioiden myötä katosi mm. studiomuusikoiden ammattikunta. Studiomuusikot olivat aina tarvittaessa käytettävissä, kun artisti tarvitsi yhtyettä uuden levymateriaalinsa äänittämiseen. Äänitysstudion palveluihin kuului myös tarjota äänittäjä talon puolesta. Yhteisöllisen toiminnan sijaan on tilalle tullut kustannustehokas ja -tietoinen ajattelu: mitä enemmän teet itse, sitä halvemmalla pääset. Nykyään ei ole mitenkään tavatonta, että yksi henkilö vastaa useasta eri osa-alueesta musiikin tuotteistamisketjussa. Sama henkilö voi olla säveltäjä, sanoittaja, sovittaja, äänitettävän kappaleen instrumenttiosuuksien soittaja, äänittäjä ja taiteellinen tuottaja.

Varsinkin rytmimusiikkialalla sekä koulutuksen taso että osaaminen on kasvanut huomasti. Rytmimusiikkikoulutuksen pioneereihin kuuluvan Oulunkylän pop & jazz-musiikkiopiston (perustettu v. 1972, nyk. Pop & Jazz Konservatorio) vanavedessä on

syntynyt lukuisa määrä erilaisia pop & rock-musiikkikouluja ja -opistoja ympäri maata. Myös ammattikorkeakoulut ja yliopisto tarjoavat tänä päivänä monipuoliset eväät rytmimusiikin ammattilaisiksi aikoville. Musiikillisen osaamisen lisääntymisen myötä myös musiikin tarjonta on lisääntynyt. Tarjonnan lisääntyminen ei ole pelkästään määrällistä, vaan ennen muuta myös laadullista. Klubeissa, ravintoloissa ja konserttisaleissa saa kuulla erittäin korkeatasoisia ja ammattitaitoisia esityksiä sekä alan harrastajien että ammattimuusikoiden esittäminä. Musiikin kirjo on laaja ja monipuolinen. Elävän musiikin osuus koko musiikkitarjonnasta on kasvanut merkittävästi.

Musiikkitoimialalla tapahtuvien muutosten ja alan pirstaloitumisen myötä sekä tarjonnan kasvamisen seurauksena edellytykset toimia tänä päivänä muusikkona ja musiikin sanansaattajana vaativat paitsi oman instrumentin entistä parempaa hallintaa, myös yhä enemmän moniosaamista muiltakin osa-alueilta. Kysyntää on nyt niille, jotka hallitsevat musiikin eri tyylilajit, omaavat hyvät esiintymis- ja sosiaaliset taidot, osaavat soittaa tarvittaessa useampaakin soitinta, ovat musiikkiteknologiasta hyvin perillä, ovat erinomaisia ja tilannetajuisia yhtyesoittajia, kykenevät improvisoimaan tässä ja nyt, omaavat riittävän musiikillisen yleissivistyksen sekä osaavat tuotteistaa ja markkinoida omaa osaamistaan.

## 1.2 Opinnäytetyön tavoitteet

Tänä päivänä erottautuminen muusta musiikkitarjonnasta on yhä haastavampaa. Elävän musiikin osuus koko musiikkitarjonnasta on lisääntynyt kuten edellä todettiin. Esimerkiksi jo pelkästään pääkaupunkiseudulla rock-klubien määrä ja yleisökapasiteetti on ainakin kaksinkertaistunut viimeisen kymmenen vuoden aikana (Jokelainen 2012, C1). Kuinka löytää se erityisosaamisten yhdistelmä, jolla työllistyä ja jota muut eivät vielä ole toteuttaneet? Voisinko markkinoida oman osaamiseni paremmin perustamalla yrityksen? Mihin minun olisi hyvä keskittyä? Mitkä olisivat ne riskit ja mahdollisuudet, jos perustaisin oman yrityksen? Nykyään yhä useampi freelancerina toimiva muusikko joutuu pohtimaan yrittäjyyden tarjoamia mahdollisuuksia turvatakseen toimeentulonsa. Esittävän musiikin vapaata kenttää tutkineen projektin tuloksena julkaistiin vuonna 2011 Vaka-raportti (Muusikkojen Liitto ry). Vaka-raportissa (2011, 21) todettiin mm., että yritysten perustaminen on suhteellisen tuore ilmiö. Vastausten perusteella n. 70 %

yrittäjästä oli perustettu 2000-luvulla. Muusikkoyrittäjien yritysmuodot ovat pääsääntöisesti toiminimiä.

Yrittäjyyden ja muusikkouden yhdistäminen on ajankohtainen aihe. Musiikkialalla on ollut pitkään yleistä, että työntekijän suhde työnantajaan on perustunut freelancer-toimintaan. Se, onko freelanceri työsuhteessa vai yrittäjänroolissa työnantajaan nähden, vaihtelee. Opinnäytetyöni tavoitteena on kertoa yrittäjyydestä, antaa työkaluja oman yrityksen perustamiselle sekä pohtia muusikkouden, luovuuden ja yrittäjyyden välistä tasapainoa. Tavoitteenani on antaa lukijalle jotain konkreettista mietittäessä yrittäjyyttä työllistymisvaihtoehtona. Kerron aluksi eri yritysmuodoista ja niiden eroista sekä vastuu- että verotusnäkökulmasta. Kuvailen, mitä on hyvä huomioida yritystä perustettaessa, ja kuinka unelmat ja niiden toteuttaminen voivat johtaa toimivaan liikeideaan ja liiketoimintasuunnitelmaan. Pohdin yrittäjyyttä eri motiivinäkökulmista ja esitän viitekehyksen, jonka pohjalta liikeideaa voi kehittää. Työssäni pyrin löytämään yrittäjyyden ja muusikkouden synteessin. Pohdin pikemminkin yrittäjyyden motiiveja, kuin annan selkeitä toimintaohjeita.

### 1.3 Tutkimusmenetelmät

Työssäni toimintatapa on ollut tutustua alan kirjallisuuteen ja lehtiartikkeleihin. Reflektoin myös omaa kertynyttä työkokemustani rytmimuusikkona, yrittäjänä, pienyrityksen osakkaana, työntekijänä ja hallituksen jäsenenä sekä myöhemmässä vaiheessa keski-suuren kansainvälisen yrityksen asiakasvastaavana. Lähdekirjallisuudeksi olen valinnut mahdollisimman tuoreita julkaisuja, jotka sopivat teemoiltaan ajan henkeen. Aineiston valintakriteerinä olen käyttänyt hakusanoja yrittäjyys, yritystoiminta, oman osaamisen markkinointi, freelancer-muusikko, musiikkitoimiala ja rytmimusiikki.



## 2 Eri yritysmuodot ja niiden vertailu

Yritystoimintaa aloitettaessa on tärkeää pohtia, missä juridisessa muodossa toimintaa harjoittaa. On hyvä muistaa, että toiminnan alkuvaiheessa valittu yritysmuoto ei ole koskaan kuitenkaan kiveen hakattu. Toiminnan muuttuessa ja laajetessa yritysmuotoa voi tarvittaessa aina muuttaa.

Yritysmuodon valintakriteerinä on aina tarvelähtöisyys. Tarvelähtöisyys on suoraan yhteydessä liikeideaan, jota on aikomus toteuttaa. Liikeidea on koko toiminnan villakoiran ydin. Se määrittää ne puitteet, joissa toimitaan. Liikeidean määrittely onkin opinnäytetyössäni keskeisellä sijalla ja käsittelen sitä erikseen seuraavassa pääluvussa.

Kaikkien yritysmuotojen toimintaa säätelevät samat lait ja asetukset. Näistä tärkeimpiä ovat kirjanpitolain-, elinkeinovero-, tulovero- ja arvonlisäverolainsäädäntö. Osakeyhtiön toimintaa määrittää edellisten lisäksi osakeyhtiölaki. Yrittäjällä on jakamaton vastuu noudattaa yritystoimintaan liittyvää lainsäädäntöä. Jokainen yrittäjä on kirjanpitovelvollinen. Mikäli tällaisia tietoja ja taitoja ei yritystä perustettaessa ole riittävästi hankittu, on syytä ostaa palvelut vaikkapa hyvämaineiselta tilitoimistolta. Musiikkialalla esimerkiksi arvonlisäverokäytännöt vaihtelevat sen mukaan, myykö yhtye itse pääsyliput järjestämäänsä konserttiin, vai onko järjestelyissä mukana useita toimijoita. On rahanarvoista tietää, milloin toiminta on verollista tai verotonta ja onko kulu vähennyskelpoista vai ei.

Eri yritysmuodoista löytyy paljon alan kirjallisuutta, mutta eri vaihtoehtojen arviointi tietyin rajatuin kriteerein antaa tässä hyvät lähtökohdat vertailulle. Yritysmuotoina tarkastelen toiminimeä, avointa yhtiötä, kommandiittiyhtiötä ja osakeyhtiötä.

Lähestyn asiaa kahdesta näkökulmasta: yritysrakenteen näkökulma ja verotuksen näkökulma. Lähteenä olen käyttänyt *Yrityksen perustajan käsikirjaa* (Meretniemi & Ylönen 2008, 40-59). Rakenteellinen näkökulma kertoo pähkinänkuoressa miten eri yhtiömuodot eroavat perustamisen, palkan maksun, vastuun ja hallinnon järjestämisen osalta toisistaan. Verotuksen näkökulma tuo esiin tärkeimmät yritysverotuksen periaatteet eri yhtiömuotojen välillä.

Perustettavaan yhtiömuotoon vaikuttavat yleisesti ainakin seuraavat seikat:

- perustajien lukumäärä
- suunniteltu yrityskoko/toiminnan laajuus
- tarvittavan pääoman määrä
- liiketoiminnan riski
- taloudellisen vastuun jakaantuminen
- yrityksen jatkuvuus
- toiminnan mahdollinen laajentuminen
- verotustekijät
- yrityksen imago, luotettavuus ja vakuuttavuus

## 2.1 Rakenteellinen näkökulma

### 2.1.1 Yksityisliike eli toiminimi (Tmi)

#### Perustaminen

- Toiminta perustuu useimmiten yrittäjän omaan osaamiseen ja ammattitaitoon.
- Sopii hyvin yhden henkilön ammatin tai perheen liiketoiminnan harjoittamiseen.
- Joustava yritysmuoto, kun esiintymiskeikka laskutetaan keikkajärjestäjältä verokirjalla tapahtuvan palkanmaksun sijasta.
- Voi olla myös palkkasuhteessa olevia työntekijöitä.
- Kätevä yritysmuoto myös, jos yritystoimintaa on varsinaisen palkkatyön ohella.
- Perustaminen helppoa ja edullista (ilmoitus ja rekisteröinti kaupparekisteriin), voidaan perustaa ilman rahapanosta.

#### Vastuut

- Elinkeinonharjoittaja edustaa itse yritystä.
- Yrittäjä vastaa yrityksen sitoumuksista ja riskeistä yksin koko henkilökohtaisella omaisuudellaan.

#### Palkanmaksu

- Yrittäjä ei maksa itselleen palkkaa.
- Yrittäjä nostaa varoja yrityksen tililtä käyttöönsä vain yksityisottoina omalle henkilökohtaiselle tilille.

#### Kirjanpito ja tilintarkastus

- Kirjanpito on hoidettava noudattaen voimassa olevaa kirjanpitolainsäädäntöä.
- Laki ei edellytä tilintarkastajaa.

### 2.1.2 Avoin yhtiö (Ay)

#### Perustaminen

- Tyypillisesti pieni tai keskisuuri perheyryitys.
- Avoimen yhtiön muodostavat kaksi tai useampi yhtiömiestä. Yhtyeen jäsenet voivat esimerkiksi yhdessä perustaa avoimen yhtiön, jolloin jokainen on mukana omalla panoksellaan.
- Ei ole oltava erityisiä toimielimiä (hallitus tai toimitusjohtaja).
- Avoin yhtiö perustetaan erikseen tehtävällä ja allekirjoitettavalla yhtiösopimuksella (ilmoitus ja rekisteröinti kaupparekisteriin). Yhtiösopimuksessa on oltava maininta, millä osuudella kukin yhtiömiestä on toiminnassa mukana.
- Voidaan perustaa ilman rahapanosta, työpanos riittää.

#### Vastuut

- Kukin yhtiömiestä vastaa henkilökohtaisesti omalla omaisuudellaan yhtiön veloista ja velvoitteista
- Jotta homma toimii, on yhtiömiestä välillä oltava täydellinen luottamus ja lojaalisuus.
- Jokainen yhtiömiestä voi tehdä sitovia oikeustoimia, josta kaikki ovat vastuussa, ellei erikseen kirjallisesti ole muuta sovittu (esim. nimenkirjoitusoikeus tai sopimusten allekirjoitusoikeus).

#### Palkanmaksu

- Yhtiömiehille voidaan maksaa palkkaa tai rahaa voidaan nostaa yksityisottoina.

### Kirjanpito ja tilintarkastus

- Jokaisella yhtiömiehellä on oikeus tutustua ja tarkastaa yhtiön kirjanpitoa.
- Kirjanpitoa koskee voimassa oleva kirjanpitolainsäädäntö.
- Yhtiöllä on oltava vähintään yksi tilintarkastaja. Tilintarkastajien lukumäärä vahvistetaan yhtiösopimuksessa.

### 2.1.3 Kommandiittiyhtiö (Ky)

#### Perustaminen

- Käsitteet: vastuunalainen yhtiömies ja äänetön yhtiömies
- Vastuunalaiset yhtiömiehet vastaavat yhtiön käytännön toiminnasta ja vastaavat yhtiön velvoitteista koko henkilökohtaisella omaisuudellaan.
- Äänetön yhtiömies toimii rahoittajan ominaisuudessa. Hän sijoittaa tietyn määrän rahaa ja on vastuussa sijoittamansa pääoman verran yhtiön velvoitteista. Hän saa myös sijoittamalleen pääomalle vuosittain määrätyn koron, mikäli voittoa syntyy.
- Kommandiittiyhtiö syntyy yhtiömiesten kirjallisella sopimuksella (ilmoitus ja rekisteröinti kaupparekisteriin).
- Sopimuksessa eriteltävä tarkoin, kuinka suuri on äänettömän yhtiömiehen sijoitus ja hänen osuutensa voitosta.
- Perustajia on oltava vähintään kaksi, joista ainakin yhden on oltava vastuunalainen yhtiömies.

#### Vastuut

- Laki ei edellytä pakollisia toimielimiä, vaikkakin yrityksellä voi olla toimitusjohtaja.
- Yhtiömiesten kokous voidaan myös koollekutsua tarvittaessa. Vastuunalaiset yhtiömiehet tekevät yritystä koskevat päätökset ja vastaavat niistä.

#### Palkanmaksu

- Vastuunalaisille yhtiömiehille voidaan maksaa palkkaa tai nostaa yksityisottoja yrityksen tililtä.

#### Kirjanpito ja tilintarkastus

- Jokaisella yhtiömiehellä oikeus tutustua ja tarkastaa yhtiön kirjanpitoa.
- Kirjanpitoa koskee voimassa oleva kirjanpitolainsäädäntö.
- Yhtiöllä on oltava vähintään yksi tilintarkastaja. Tilintarkastajien lukumäärä vahvistetaan yhtiösopimuksessa.

#### 2.1.4 Osakeyhtiö (Oy)

##### Perustaminen

- Osakeyhtiön tavoitteena on tuottaa voittoa osakkeenomistajille.
- Perusteltu yhtiömuoto varsinkin, jos perustajia on useita ja tarvitaan runsaasti alkupääomaa.
- Oy:n voi perustaa yksi tai useampi henkilö tai oikeushenkilö.
- Osakkaiden vastuu rajoittuu sijoitettuun rahamäärään.
- Osakas voi myös toimia yrityksessä normaalissa työsuhteessa.
- Perustamiskokouksessa päätetään yhtiön perustamisesta.
- Juridisesti yhtiö syntyy, kun se rekisteröidään kaupparekisteriin.

##### Vastuut

- Osakkaat ovat vastuussa vain sijoittamansa osakepääoman verran.
- Käytännössä yrittäjäosakas kuitenkin takaa yrityksen velkoja omalla omaisuudellaan varsinkin toiminnan alkuvaiheessa ja joutuu siten antamaan omaa omaisuuttaan velkojen vakuudeksi.
- Osakeyhtiöllä on oltava hallitus, jonka yhtiökokous valitsee. Hallituksen vastuulla on huolehtia, että yrityksen toiminta ja hallinto ovat asianmukaisessa järjestyksessä.
- Hallitus valitsee yhtiölle toimitusjohtajan, joka kantaa vastuun käytännön päätöksenteosta.

### Palkanmaksu

Osakkeenomistajat voivat saada rahaa

- palkkana työpanoksesta riippuen
- osinkotulona
- lainana turvaavaa vakuutta vastaan

### Osakepääoma

- Osakepääoman on oltava perustettaessa vähintään 2500 euroa (v.2012).
- Osakepääoma on maksettava yrityksen tilille, jotta rekisteröinti kaupparekisteriin on mahdollinen.
- Osakepääomaan voidaan lukea myös omaisuutta (koneita ja laitteita).

### Osingot

- Osinkoa voidaan maksaa voitollisen tilinpäätöksen jälkeen.
- Osinkojen nostoaika on yrityksen päätettävissä.
- Yhtiökokous tekee osingonjakopäätöksen ja vahvistaa sen suuruuden hallituksen esityksen pohjalta.

### Tilintarkastus

- Osakeyhtiön on määräaikaan mennessä ilmoitettava tilinpäätöstiedot kaupparekisteriin.
- Osakeyhtiöllä on oltava vähintään yksi tilintarkastaja, josta kirjallinen suostumus ja merkintä kaupparekisteriin. (Meretniemi & Ylönen 2008, 40-50.)

## 2.2 Verotuksellinen näkökulma

Eri yhtiömuotojen verotuskäytännöt poikkeavat toisistaan. Tuloverotuksen periaatteet vaihtelevat eri henkilöyhtiöiden välillä ja osakeyhtiö on verotuskohtelultaan taas oma itsenäinen verosubjekti.

Yritystä rekisteröitäessä kaupparekisteriin perustamislomakkeella on muistettava ilmoittautua ennakko-verovelvolliseksi laittamalla rasti kohtaan "Ennakkonperintä-

rekisteri”. Tällä varmistetaan se, että yritys on verotuksellisesti itsenäinen toimija ja yritykselle laskun maksava taho ei ole silloin velvollinen pidättämään yrittäjältä mahdollista ennakko veroa. Mikäli yritys ei siis kuulu ennakonperintärekisteriin, laskun maksava yritys perii veron yrittäjän laskuttamasta summasta. Tämä on pieni yksityiskohta, mutta se voi tulla yrittäjälle ikävänä yllätyksenä, mikäli asia on jäänyt vahingossa huomiotta.

#### Yksityisliike eli toiminimi (Tmi)

- Toiminimi ei ole erillinen verovelvollinen verotuksen näkökulmasta.
- Tilikauden tulos on yrittäjän veronalaista tuloa.
- Pääsääntö: Tuloksesta osa verotetaan pääomatulona ja osa ansiotulona.
- Pääomatuloksi katsotaan 20 % yrityksen nettovarallisuudesta.
- Verotus 30 % verokannan (pääomaverokanta v.2012) mukaan.
- Yrittäjä voi vaatia myös erikseen pääomatulon osuudeksi 10 %.
- Progressiivisen verotuksen alaista on jäljelle jäävä osuus tuloksesta.

#### Avoin yhtiö (Ay)

- Yrityksen tulos jaetaan yhtiömiehille yhtiösopimuksessa sovittujen osuuksien mukaan ja jokaista verotetaan erikseen.
- Avoin yhtiö ei siis ole itsenäinen verovelvollinen, vaan tulos verotetaan yhtiömiesten tulona.
- 20 % yrityksen nettovarallisuudesta katsotaan aina pääomatuloksi.
- Yhtiömiehet voivat ottaa yrityksestä palkkaa (toiminimessä ei) ja luontaisetuja.
- Avoin yhtiö voi perheyritykselle olla verotuksen kannalta edullisempi kuin toiminimi (palkathan ovat yritykselle vähennyskelpoinen kulu).

#### Kommandiittiyhtiö (Ky)

- Tuloksesta vähennetään äänettömän yhtiömiehen osuus ja loput jaetaan yhtiömiehille kuten avoimessa yhtiössä.

- Kuten avoimessa yhtiössäkin kommandiittiyhtiö voi maksaa yhtiömiehille palkkaa ja luontaisetuja.

### Osakeyhtiö (Oy)

- Osakeyhtiö on erillinen verovelvollinen, mikä tarkoittaa että yhtiö maksaa veron voitostaan ja omistaja osingostaan.
- Yrittäjä voi päättää, maksaako hän itselleen palkkaa, osinkoa vai molempia.
- Tuloveroa maksetaan tuloksesta 24,5 % (v. 2012) yhteisö-verokannan mukaisesti. (Meretniemi & Ylönen 2008, 50-59.)

### 2.3 Yksin vai yhdessä?

Tärkeä mietittävä asia yritysmuodon lisäksi on, toimiiko yrittäjä yksin vai yhdessä. Mikäli perustettavaan yritykseen tulee muitakin yhtiökumppaneita tai osakkaita, on hyvä tiedostaa siihen liittyvät riskit ja mahdollisuudet. Seuraavassa kaaviossa on esitetty pähkinänkuoressa asiaan kuuluvat hyvät ja huonot puolet:

PARTNEREIDEN PLUSSAT (+)	PARTNEREIDEN MIINUKSET (-)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jos kaatuu yksin, kukaan ei ole nostamassa; kaksi voi suojautua ja tukeutua toisiinsa vaikeina aikoina.</li> <li>• Sinulla on mahdollisuus jopa ajoittain "lomailla" tai sairastaa kotona.</li> <li>• Partneri, joka on huippumotivoitunut, tekee omansa ja enemmänkin sen sijaan, että "mä oon vaan töissä täällä".</li> <li>• 1+1=3 yhtälö pätee kun tavoitteet ovat samansuuntaiset. Täydennätte toisianne osaamisen ja perehtyneisyyden eri alueilla.</li> <li>• Partneri voi olla välttämätön riskin jakaja tai resurssien tuoja (esim. rahoitusvastuun jakaminen).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voitot ja saavutukset pitää jakaa.</li> <li>• Kunnia ja aineeton ansio pitää myös jakaa.</li> <li>• Menetät täyden kontrollin, etenkin jos teillä on hyvin erilaiset päätöksentekoperusteet.</li> <li>• Partneri voi osoittautua vääräksi valinnaksi, myös elämäntilanteiden muutokset voivat vaikuttaa partnerin vähenevään panokseen yrityksen hyväksi.</li> <li>• Saatat riitautua ja toisen tai toisten osakkaiden ostaminen ulos kireässä tunnelmassa voi olla äärimmäisen hankalaa.</li> </ul>

Taulukko 1. Yhdessäyrittämisen plussat ja miinukset (Pyykkö 2011, 25).



### 3 Päätös ryhtyä yrittäjäksi

Seuraavaksi tarkastelen erilaisia motiiveja lähteä yrittäjäksi. Liikkeellepaneva voima lähtee aina yrittäjältä itseltään. On oltava aito halu ja tahto yrittäjyyteen, jotta yritystoiminta voisi olla pitkäjänteistä ja liikeideasta olisi mahdollisuus kehittää myös liiketaloudellisesti kannattavaa.

#### 3.1 Minä yrittäjänä

Toisilla kynnys lähteä yrittäjäksi on matala, kun taas toisilla yrityksen perustamisesta tulee ensimmäisenä mieleen mahdolliset uhkakuvat. Toiset ovat luonteeltaan suunnittelija-tyyppejä, jotka haluavat harkita kaikkien eri vaihtoehtojen hyvät ja huonot puolet ja tehdä suunnitelmat aikatauluja myöten valmiiksi ennen ensimmäistäkään toteutusvaihetta. Toisessa ääripäässä taas ovat uusista asioista innostujat ja ideanikkarit, jotka laittavat aina alulle uusia hankkeita ja projekteja. Kaikilla meistä on omat ominaispiirteemme ja luonteenlaatumme ryhtyä yrittäjäksi. Tärkeää onkin pohtia, minkälaisia mielikuvia yrittäjyys itsessä herättää ja onko oma asenne omasta ja muiden mielestä realistinen.

Positiivinen mielikuvatyöskentely on tärkeää siksi, että se muokkaa ajatuksia ja tavoitteita oikeaan suuntaan. Mielikuvilla on suuri merkitys sekä asioiden suunnittelussa että niiden tavassa toteutua.

Henkilö, joka lataa itseensä mahdollisuuksien ja mielekkäiden vaihtoehtojen tunteen, voi ajatella yrittäjyydestä esimerkiksi näin: "Yrittäjänä saan toteuttaa omia unelmiani ja voin vaikuttaa tärkeiksi kokemiini asioihin. Voin verkostoitua muiden alan toimijoiden kanssa ja olla tärkeä osa suurempaa kokonaisuutta. Olen mieluummin aktiivinen toimija omaksi kokemallani toimialalla kuin muiden vietävissä oleva ajalehtiva puu".

Henkilö, joka ei omalta yrittäjyydeltään suuria odota, voi ajatella esimerkiksi näin: "Yrittäjyyteen liittyvät valinnat ovat luopumista jostakin muusta (esim. palkallinen kesäloma). Kaikkea et voi saada tässä ja nyt. Jatkuva luopumisen ja valitsemisen vuoropuhelu onkin yrittäjyydessä koko ajan läsnä. Jos haluat saavuttaa jotakin, on se pois jostain muusta jo saavuttamastasi etuisuudesta".

Yrittäjyyttä ei tarvitse ajatella heti joko/tai-ratkaisuna. Yrittämistä voi myös kokeilla ns. osa-aikaperiaatteella. Yritysideaa voi näin rauhassa koeponnistaa, kehittää ja testata ennen keskittymistä siihen täysillä. Tässä vaihtoehdossa yrittäjyys ja oman yrityksen perustaminen olisi ennen muuta oma kasvamis- ja kehittämisprosessi.

Yrittäjyyspäätöstä tehtäessä on tärkeää sisäistää yritystoiminnan arvot ja motiivit riippumatta siitä, minkä yritysmuodon toiminnan pyörittämiseen valitsee. Arvot ja motiivit ovat itsetutkiskelun paikka. Kysymyksiä voi asettaa itselleen useastakin eri näkökulmasta: Mihin olen valmis? Mikä on liian kova hinta yrittäjyydestä? Mitkä ovat minun eettiset arvoni ryhtyessäni yrittäjäksi? Oma arvomaailma ei voi ainakaan kovin paljon poiketa siitä, mitä yrittäjänä on ajatellut tehdä. Asiaa on mietittävä myös haasteiden ja mahdollisuuksien näkökulmasta.

#### Yrittäjyyden haasteet

- Mikä on osaamiseni ja tietotaitoni taso?
- Onko joku yrittäjyyden osa-alue sellainen, johon on syytä panostaa enemmän (omat soittotaidot, markkinointitaidot, esiintymistaidot, liiketoimintaosaaminen, talouden hallinta jne.)?
- Millaiset ovat minun vuorovaikutustaitoni? (Tulenko toimeen erilaisten ihmisten kanssa?)
- Kestänkö epävarmoja aikoja vai olenko mieluummin turvallisuushakuinen kuukausipalkkainen työntekijä?
- Stressinsietokyky
- Rahojen riittävyys/riittämättömyys
- Suhtautuminen lainarahoitukseen toiminnan jatkuvuuden takaamiseksi
- Mahdollinen takaus rahoituslainalle panttina oma omaisuus
- Muita yrittäjyydestä johtuvia seurausvaikutuksia: vapaa-ajan väheneminen, pitkät työpäivät, epäsäännölliset työajat
- Eri rooleissa toimiminen ja sen hallitseminen: myyjärooli (myyt keikan ja lupaat asioita), tekijärooli (hoidat keikan ja lunastat aiemmin myydyt lupauksesi), johtajarooli (asioiden ja ihmisten

johtaminen sekä niiden eteenpäinvienti hallitusti ja systemaattisesti), sijoittajarooli (jotain on jätävä käteen).

#### Yrittäjyyden houkuttimet

- Rahan ansaitseminen ja voiton tavoittelu
- Mahdollisuus päättää asioista itsenäisesti ja tehdä tarvittaessa nopeasti päätöksiä, olla oman onnensa herra
- Mahdollisuus päättää aikatauluista itsenäisesti
- Toteuttaa omia unelmia ja vieläpä niin, että joku (=asiakas) on valmis niistä maksamaan hyvän hinnan
- Kunnianhimo ja itsensä ylittäminen päämäärätietoisena toimintana
- Oman luovuuden kehittäminen
- Uusiin ihmisiin tutustuminen ja uusien asioiden oppiminen, verkostoituminen
- Yhteistyömahdollisuudet muiden alan toimijoiden kanssa
- Työllistyminen
- Liiketoiminnan laajentamismahdollisuudet, työllistäminen; enää ei tarvitse kaikkea tehdä itse

Kysymysten puolesta ja vastaan -asettelun seurauksena viivan alle pitäisi jäädä se positiivinen tunne tai "fillis" jostain ideasta tai teemasta, jonka eteen on valmis tekemään intohimoisesti paljon työtä. On oltava jotain, jonka tekemisestä pitää aivan erityisesti. Yrittäjyysvalmentaja Michael Gerber (2009) painottaa, että yrittäjän tulee olla unelmoija. Unelmointi on visiointia uudenlaisen, ennennäkemättömän asiakaskokemuksen hahmottelemisesta. Se on innovointia asiakkaan lähtökohdista ja näkökulmasta.

Kirjan *Minustako yrittäjä?* (Pyykkö 2011) mukaan uuden oivaltaminen lähtee siitä, että kykenee näkemään nykyisissä asioissa, järjestelmissä, toimintatavoissa ja ilmiöissä puutteita, vajavaisuutta ja epätäydellisyyttä. Tärkeä muusta tarjonnasta erottava kysymys onkin, minkä ongelman ratkaiset tai millaisen kokemuksen asiakkaalle haluat

luoda ja miten se poikkeaa muista. Se, että tekee paljon työtä kokemansa tärkeän asian eteen, ei vielä takaa mitään, mutta ilman sitä ei ole mahdollisuuksiakaan.

Tärkeää on muistaa myös oma jaksaminen. Muusikot ovat äärimmäisen motivoituneita ja haluavat tulla huippuosaajiksi alallaan. He kykenevät pitkäjänteiseen työskentelyyn ja osaavat priorisoida asioita elämässään saavuttaakseen tavoitteita. Ongelmana on, että muusikoiden intohimon palo roihuaa usein sellaisella intensiteetillä, että kaikki muu unohtuu ja jää syrjään (Mäkirintala 2011, 17). Syrjään voi jäädä esimerkiksi henkilökohtainen hyvinvointi ikään kuin huomaamatta. Kun oma hyvinvointi kärsii ja se kääntyy huonovointisuudeksi, kärsii myös oma huippusuorituskyky.

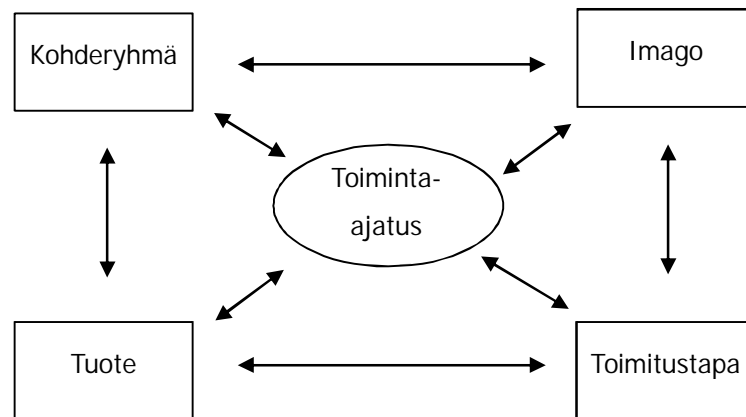
### 3.2 Liikeidea ja missio

Ennen liikkeellelähtöä omasta mielestä hyvääkin liikeideaa on syytä vielä tarkastella kriittisesti. On hyvä varmistaa ja kyseenalaistaa asioita ja ideoita, kun ne ovat vielä pöydällä. Liikeidea kertoo, mitä tehdään. Se on yrityksen olemassaolon peruste. Liikeidea on kuvaus yrityksen tavasta menestyä valitulla toimialalla.

Liikeidean tulee lähtökohtaisesti sisältää seuraavat neljä osa-aluetta: kohderyhmä (=kenelle myydään), tuote (=mitä myydään), toimittamistapa (=miten) ja imagotavoite (=miksi) (Mether & Rope 2001, 28). Yhdessä nämä neljä liikeidean ulottuvuutta muodostavat toiminta-ajatuksen.

Toiminta-ajatus voisi olla esimerkiksi ”Tulla viidessä vuodessa Pohjoismaiden merkittävimäksi etnoyhtyeeksi, joka modernilla tavalla yhdistää suomalaista kansanmusiikkia ja työläisperinnettä”.

Toiminta-ajatuksen on oltava lyhyt ja ytimekäs kuvaus siitä, minne ollaan menossa ja millainen tulevaisuus on tavoitteena. Edellä kuvattuun toiminta-ajatusesimerkkiin sisältyy olennaisena osana yrittäjän unelma ja aikataulu; olla jotain ja milloin. On unelmoitava, jotta tavoitteet toteutuisivat. Usein sanotaan, että yrittäjänä toimiminen on raakaa työtä ja pitkiä päiviä, mutta viisaat päätökset vaativat myös paljon ajattelua. Asioiden pohtiminen ja mietintä on tärkeää työtä.



Kuvio 1. Liikeidean eri osa-alueet (Mether & Rope 2001, 28).

Seuraavaksi tarkastelen liikeidean neljää eri osa-aluetta (Kuvio 1). Vaikka käsittelenkin tässä niitä erillisinä komponentteina, ovat ne käytännössä vahvasti kytköksissä toisiinsa.

### 3.2.1 Kohderyhmä

Kohderyhmä tarkoittaa maksavaa asiakasta eli yleisöä. Jos ei ole olemassa kohderyhmää, ei tuotteellekaan löydy kysyntää. Kun ei ole kysyntää, niin ei ole maksajaakaan, paitsi yrittäjä itse. Onko loistavalle toiminta-ajatukselle kohderyhmää? Kuka tällaisesta olisi valmis maksamaan? Voiko kohderyhmä olla ns. asiakasuskollinen pitkällä tähtäimellä? Vai pannanko kaikki yhden kortin varaan ja katsotaan mitä tulee?

Etnoyhtyeen tapahtumapaikkoina voisivat olla esimerkiksi erilaiset kansanmusiikkijuhlat, tupatapahtumat ja myös konserttitalit. Kohderyhmässä huomioidaan erityisesti suomalais-kansalliset musiikkiperinteet ja niiden yleinen tunnettuus esim. kehtolaulut, riiauslaulut, riittiperinteet, kansantarusto jne.

Kohderyhmän (=asiakkaat, musiikin kuuntelijat, alan harrastajat, alan ammattilaiset, kuluttajat, kotimaassa vai ulkomailla jne.) rajausta on tärkeä tehdä mahdollisimman tarkasti. Kaikkia ei voi miellyttää. Kohderyhmän valintaperusteisiin vaikuttavat tuotteen ominaisuudet, koska ominaisuuksista muodostuvat myös ne argumentit, joilla asiakasta voi lähestyä. Esimerkiksi esitettävän musiikin tyyli voi olla ominaisuus. Se,

tarjotaanko mukaansatempaavaa ikivihreillä höystettyä suomalaista paritanssimusiikkia vai trash-metallia, vaikuttaa kohderyhmän valintaan. Kun halutaan panostaa lapsille tarjottavaan musiikkiin, ikä on kohderyhmää rajaava tekijä jne. Kysymys kuuluukin, kenellä tätä ollaan tekemässä.

Oman kokemukseni mukaan asiakkaiden metsästys vaatii sinnikkyyttä ja järjestelmällisyyttä. Ei kannata tuudittautua siihen uskoon, että hyvä tuote myy itse itsensä. Kontaktista on tärkeä työkalu. On hyvä selvittää etukäteen, kehen kannattaa ottaa yhteyttä. Myynnin näkökulmasta oleellista olisi saada kontaktistalle sellaisia henkilöitä, jotka ovat päättävässä asemassa. Koska vain ja ainoastaan asiakkaan päätös mahdollistaa sisääntulevan rahavirran, on ajanhukkaa keskustella muiden ei-päättävässä asemassa olevien vastuuhenkilöiden kanssa ensikontaktin yhteydessä. On hyvä kartoittaa myös muut alallatoimijat ja heidän osaamisensa ja markkinointitapansa. Verkostoitumalla muiden toimijoiden kanssa voi saada arvokasta palautetta kertomalla avoimesti omasta liikeideasta. Kenttä on tunnettava, jotta siellä voi toimia oikein.

Yrityksen menestyksen kannalta myynti on kriittinen tekijä. Ulkoistamalla täydellisesti myynti esim. ohjelmatoimistolle kontrolli häviää asiakaspinnasta. On oltava tarkkana, kannattaako ja millä ehdoilla, päästää ketään yrityksen ja asiakkaan väliin. Ainakin yrityksen elinkaaren alkuvaiheessa on hyvä yrittäjän itse opetella myynnin prosessit ja käytännöt, jotta niitä voisi turvallisesti monistaa jatkossa eteenpäin. On ymmärrettävä logiikka, millä kauppvoja syntyy, jotta sitä voi järkevässä määrin delegoida muiden tehtäväksi.

Markkinointikirjallisuudessa puhutaan paljon asiakaslähtöisyydestä. Se, että otetaan huomioon asiakkaan tarpeet ja sen mukaan rakennettaisiin tuotekehitys ja erilaiset markkinointitoimenpiteet, on ontuva ja vieras lähestymistapa luovan musiikkialan ja siinä tapahtuvan taiteellisen tuotekehityksen näkökulmasta. Taiteellisen esityksen myymisen lähtökohdat perustuvat paljolti tunne-elämän kokemusmaailmaan ja taiteilijan omiin arvoihin. Se, kuinka hyvin taiteilijan arvot ja hänen kokemusmaailmansa, jota hän esityksellään haluaa välittää, kohtaavat yleisön on toiminnan ydin.

Musiikin ja ylipäättään taiteen tarkoituksena on vangita kuulijansa tai katselijansa juuri sillä ohikiitävällä hetkellä. Ohikiitävän nyt-hetken oivaltaminen on oman liikeidean kohderyhmämarkkinoinnissa tärkeää. Mikä on se koukuttava tekijä, jolla saan kuulijani hetkeksi vangittua ja saamaan viestini perille? Parhaiten muistamme ne asiat, joihin liittyy voimakkaita tunnekokemuksia. Siksi onkin oleellista ymmärtää, että tunneasiat ovat vahvasti mukana myös asiakkaan päätöksenteossa. Järkisyys (esim. hintavertailu muihin tarjokkaisiin) päätöstä tehtäessä tulevat myyjän ja asiakkaan välisissä keskusteluissa helposti esille silloin, kun tunnetasolla tarpeet eivät riittävästi kohtaa.

### 3.2.2 Tuote

Sanalla tuote tarkoitan joko soitettua tai esitettyä musiikkia. Sen ominaisuudet ovat ennemminkin laadullisia kuin määrällisiä. Vaikka esitetyn musiikin vaikutusta ei voi määrällisesti mitata, sen tuottama laatu ja sitä kautta kuulijan saama omakohtainen kokemus voi olla mittaamattoman arvokas. Jokainen ihminen kokee musiikin omalla tavallaan. Musiikki on kuuloaistiin perustuva tunteiden kieli. Jotta musiikki puhuttelisi kuulijaa, on esittäjän ja kuulijan välille synnyttävä yhteinen ymmärrys ja ymmärretyksi tuleminen. Musiikki on siten sanatonta kommunikointia, vuorovaikutusta. Yhteinen musiikkikokemus syntyy, kun kuulija voi samaistua esittäjän tarinaan. Samaistuminen johtaa parhaimmillaan kuulijassa mitä erilaisimpiin tunnekuohuihin: kosketuksen tuntuun, kylmiin väreisiin, omiin lapsuusmuistoihin jne.

Etnoyhtyeen kuulijalle juuri musiikkiperinteen tunnettuus tuo samaistumisen ja sitä kautta vuorovaikutuksen tunteen. Se, että esitettävä musiikki on sovitettu modernilla tavalla, tuo lisäarvona raikkautta ja rikkautta yleisön tuntemaan ja jo mahdollisesti koulussa opittuun lauluperinteeseen.

Etnokulttuureihin erikoistunut musiikkitieteilijä Alan P. Merriam on todennut, että musiikilla on kymmenen yleistä perustehtävää, jotka toteutuvat samankaltaisina kaikissa kulttuureissa. Musiikin tehtävänä hänen mukaansa on 1) yksilöllisten ja yhteisöllisten tunteiden herättäminen ja niiden ilmaisu, 2) esteettisen nautinnon tarjoaminen, 3) viihdyttäminen, 4) toimia välineenä sanoman välittämisessä, 5) symbolisina hahmoina toimiminen, 6) fyysisen vastakaiun herättäminen, 7) voimistaa kuulumista ja sopeutumista sosiaalisiin normeihin, 8) vahvistaa ja luoda perustaa

sosiaalisille instituutioille ja uskonnollisille riiteille, 9) kulttuurin jatkuvuuden ja säilyvyyden edistäminen sekä 10) yhteisyyden luominen ryhmän ja/tai yhteiskunnan sisälle (Merriam 1980, 277-303).

Väitän, että muusikko on etulyöntiasemassa parantamaan ihmisten hyvinvointia ja elämän laatua, tarjoamaan kuulijoilleen elämyksiä, inspiroimaan musiikillaan mielikuvitusta ja mielen liikkeitä. Esiintyvän taiteilijan ammattitaitoa on yhtäaikaaisesti samaistua ja toisaalta ottaa etäisyyttä tunteisiin (Mäkirintala 2011, 143). Muusikko välittää soitollaan tunnetiloja, mutta ei voi itse heittäytyä tunnetilan vietäväksi säilyttääkseen hallinnan tunteen.

Musiikki ei synny tyhjästä. Luovuuteen ja innovatiivisuuteen nyt-hetkitaidot ovat välttämättömiä. Linaan Pertti Avolan (HS 8.2.2012) kirjoittamaa live-dvd arvostelua Erja Lyytisestä:

Blueskuningatar pistää menoksi: Suomen blueskuningattarella Erja Lyytisellä ja Eric Claptonilla on muutakin yhteistä kuin blues. Kumpikin on livetilanteessa paljon rouheampi kuin kohteliaan siisteillä studiolevyillään. Lyytisen live cd/dvd on taltioitu viime syksynä Savoy-teatterissa ja se näyttää Lyytisen viimein puitteissa, joissa hän on parhaimmillaan. Taltiointi on välillä suorastaan raivokasta kitarajumppaa, josta kuitenkin välittyy enemmän soittamisen ja esiintymisen ilo kuin alakuloiset bluestunnelmat. Erja Lyytisen slide-kitarointi on esimerkillisen säkenöivää ja kun hänen ohuehko laulusoundinsakin vuosien saatossa on tukevoitunut, niin mitään ei jää puuttumaan.

Viestistä käy selkeästi ilmi mukaansatempaavuus ja että asiat tapahtuvat tässä ja nyt. Nyt-hetken hyödyntämisessä voidaan puhua myös tilannetajusta. Nyt-hetkitaito alkaa siitä, että osaa virittäytyä tietoiseen läsnäoloon, kykenee säätelemään omaa sisäistä tilaansa käsillä olevassa hetkessä (Mäkirintala 2011, 107).

### 3.2.3 Toimitustapa

Toimitustapa on tuotteiden tai palveluiden tuottamista ja toimittamista erilaisin keinoin. Se voi olla luonteeltaan fyysistä tai sähköisesti tapahtuvaa, maksullista tai ilmaista. Toimitustavassa on kyse ansaintalogiikasta. Mihän laskentamalliin perustuu oma toimeentulo, on pohdinnan arvoinen kysymys. Mistä asioista voin laskuttaa ja millä perusteella? Musiikin jakelumahdollisuuksia nykyään on useita ja niissä kussakin on oma ansaintalogiikkansa. Äänitallenteen avulla on mahdollisuus saada yhteys musiikin kuuntelijoihin, faneihin ja muihin sidosryhmiin.

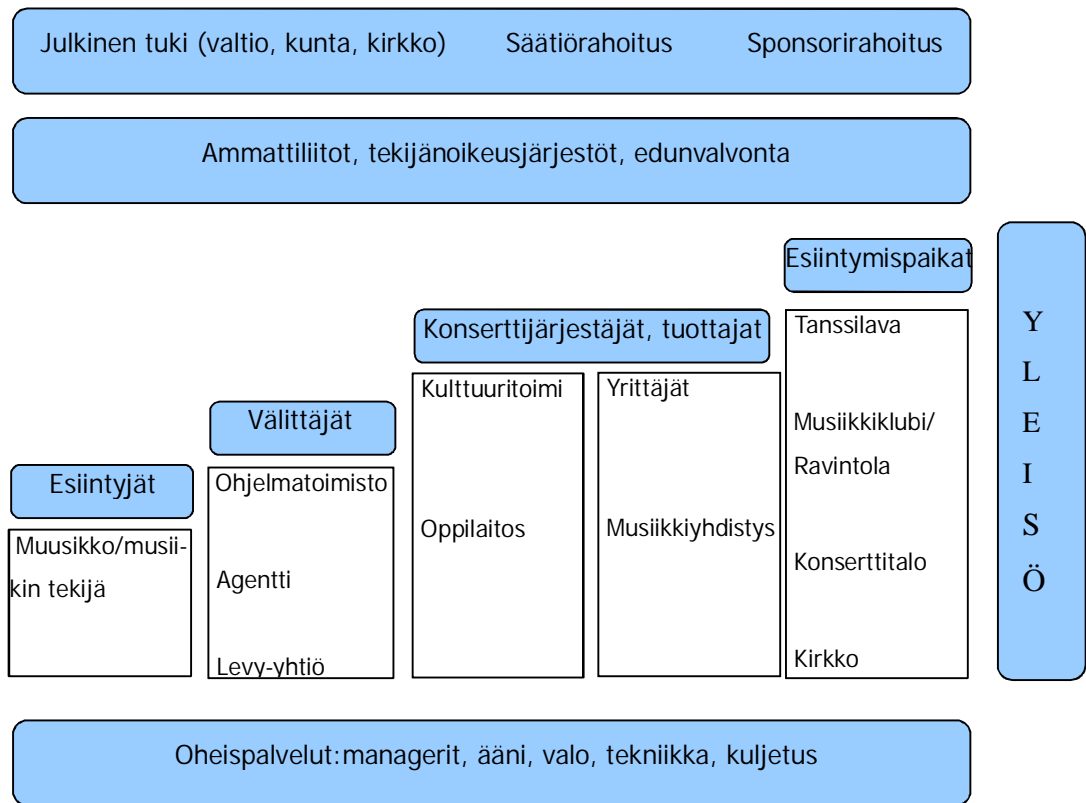


Ilmaisjakelu onnistuu melko vaivattomasti internetissä ja sen eri sovelluksissa (esim. Facebook, YouTube, www-kotisivut, MySpace, jne.). Nämä ovat oiva markkinointikanava juuri helppoutensa vuoksi. Näihin sovelluksiin voi helposti tallettaa ääninäytteitä, live-esiintymisiä, omia opetusvideoita tai soittonäytteitä. Helppoudesta on seurannut se, että tarjonta ylittää jo helpostikin kysynnän. Internetin kautta tapahtuva markkinointirummutus on kuitenkin vain yksi keino ylläpitää kiinnostusta kuuntelijoihin.

Perinteinen cd- tai dvd-levy toimitustapavaihtoehtona kilpailee tällä hetkellä internetsovellusten tarjoamien mahdollisuuksien kanssa. Uudentyyppisiä internetin kautta tapahtuvia jakelukanavia ovat mm. Spotify ja iTunes. Uudet jakelukanavat ovat heikentäneet yhtyeen ja artistin ansaintamahdollisuuksia vähentäen mm. äänilevymyyntiä, vaikkakin ne ovat saattaneet lisätä tunnettuutta ja julkisuutta.

Muusikot, jotka toimivat ns. vapaalla kentällä, joutuvat miettimään ansaintalogiikkakysymystä. Vapaalla kentällä tarkoitan sitä musiikkitoimialan aluetta, jossa toimijat eivät kuulu valtionosuusjärjestelmän piiriin. Elävän musiikin esittämiseen saattaa liittyä hyvin monta toimijatahoa ja tämä on hyvä ymmärtää muusikkoyrittäjän järjestäessään vaikkapa konserttikiertuetta.

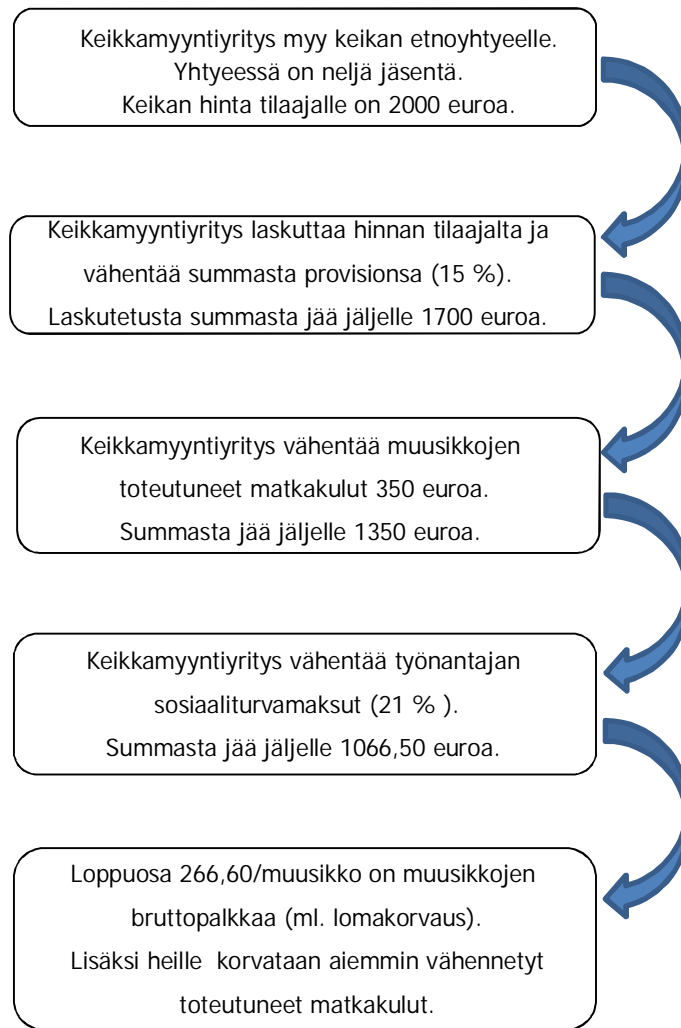
Esitän seuraavaksi kaavion vapaan kentän arvoverkosta (Vaka-raportti 2011, 8). Kuvio käyvät hyvin ilmi ne toimijatahot, jotka voivat olla esiintyvän taiteilijan ja yleisön välissä. Kuvio havainnollistaa myös sitä, että toimijat ovat organisatorisesti itsenäisiä. Jokainen toimija tuo omalla panoksellaan lisäarvoa esimerkiksi järjestettävään konserttiin ja jokainen toimija on samanaikaisesti mukana jakamassa konsertista saatavia tuottoja.



Kuvio 2. Esittävän musiikin vapaan kentän arvoverkko (VAKA-raportti 2011, 8).

Yllä oleva kuva antaa konkreettisen käsityksen siitä, kuinka suurenkin konsertin muhkeista lipputuloista voi jäädä vain pieni murto-osa esiintyville muusikoille, heille jotka ovat koko tapahtuman keskipisteenä.

Esitän yksinkertaisen esimerkin, jossa ohjelmatoimisto myy keikan etnoyhtyeelle. Kuvio havainnollistaa, kuinka jo yhden väliportaana olemassaolo yhtyeen ja maksavan yleisön välissä voi vaikuttaa yhtyeen jäsenille käteen jäävään palkkaan.



Kuvio 3. Palkanlaskentaesimerkki (Lehtinen 2011, 73).

### 3.2.4 Imago

Imago on mielikuva. Positiivisiin tunteisiin perustuva mielikuvien rakentaminen on markkinoinnissa onnistumisen keskeisin tekijä (Mether & Rope 2001, 15). Jonkinasteinen tykkäämisen aikaansaaminen on edellytys liikeidean toteutumiselle. On oltava yleisö kenelle esittää ja vieläpä niin, että ensimmäisen kuuntelukokemuksen jälkeen he tulevat toistamiseen. Tai mikä vielä parempaa niin, että syntyy tunne: tämä on nähtävä uudelleen! Markkinointikirjallisuudessa puhutaan ostohalusta, joka syntyy kaksivaiheisesti siten, että ensimmäinen kauppa on puhtaasti mielikuvallinen ja toinen tyytyväisyysperusteinen. Tämän logiikan mukaan tuloksellinen asiakkuusajattelu perustuu mielikuvien kautta vaikuttamiseen. Avainsana on mieli. "Asiakaslähtöisen markkinoinnin sijaan onkin oleellisempaa puhua asiakasmieleisestä markkinoinnista.

Asiakasmieleinen markkinointi merkitsee sitä, että asiakkaan mieli ja mieleen vaikuttaminen on keskeistä samoin kuin niiden ratkaisujen tekeminen, jotka ovat asiakkaalle mieleen” (Mether & Rope 2001, 35). Mieleen vaikuttamista musiikin keinoin onkin jo aiemmin käsitelty tässä luvussa.

Etnoyhtye voi ruokkia mielikuvia esimerkiksi pukeutumalla tyylin mukaisesti. Esittävän yhtyeen soitinvalikoimaan on myös hyvä kiinnittää huomiota; erilaiset kansanmusiikkiin kuuluvat kieli- ja lyömäsoittimet yhdistettynä modernin rytmimusiikkiihtyeen soitinvalikoimaan antavat sopivaa etnistä maustetta esityksiin. Tanssi on tärkeä osa kansanmusiikkia (esim. kansantanhut). Sen liittäminen mukaan olennaisena osana esitystä luo jännitystä ja silmänruokaa katsojalle. Koska esiintymislavalla tapahtuu paljon asioita, katsojalle syntyy positiivisia mielikuvia monella eri tasolla: laulumelodioiden tuttuuden tunne tempaa mukaansa, muusikoiden värikäs pukeutuminen perinteitä kunnioittaen herättää arvostusta, soitinten äänimaailman värikylläisyys saa mielikuvituksen lentämään ja tanssin riemu saa kuuntelijankin jalan vipattamaan. Kuulijalle syntyy tunne, että tätä on saatava lisää.

Esiintyjä luo jo pelkällä olemisellaan mielikuvan itsestään. Se, mitä hän edustaa esittämällään musiikilla, antaa mielikuvan hänen arvomaailmastaan. Se, kuinka hän kohtaa yleisön, antaa mielikuvan, kuinka hän huomioi kanssaihmissiään. Se, kuinka hän palkitsee tai muistaa fanejaan, antaa mielikuvan kuinka hän arvostaa uskollisuutta. Esiintyvät muusikot ovat jokainen oma persoonansa ja yhtyeenä synnyttävät parhaimmillaan yleisöä kiinnostavia ja koukuttavia jännitteitä.

Halutun mielikuvan antaminen ja sen luominen ovat pitkäjänteistä ja systemaattista työtä. Pitkäjänteinen mielikuvatyö mahdollistaa myös brändin aikaansaamisen. Brändi on jo luonteeltaan pysyvämpi ilmiö kuin pelkkä mielikuva. Brändi voi johtaa kehittyessään ilmiöksi, joka kuuluu jo osana yhteiskuntaa. Moni artisti onkin saanut Suomessa jo vakiintuneen ihailijakaartin ja kestopuosion ansiosta kuuluu ikään kuin vakiokalustoon. Parhaimmassa tapauksessa fanitus on siirtynyt verenperintönä isältä pojalle, jolloin artisti nauttii yleisön suosion vauvasta vaariin. Ja koska imago on näin ollen kunnossa, on keikkajärjestäjänkin näkökulmasta kyseinen artisti varma kassamagneetti. Mielikuvan kehittämisen on oltava osa tuotekehitystä. Positiivisen mielikuva-aseman saavuttaminen edesauttaa ja helpottaa merkittävästi myyntityötä.

### 3.3 Yrittäjyyden menestystekijät

Empiirisen tutkimuksen (Lehti, Pyykkö & Rope 2007, 203-212) mukaan yrittäjät voidaan jakaa karkeasti kahteen tyyppiin: superyrittäjiin ja tavallisiin yrittäjiin. Keskeisin havainto tutkimuksen mukaan on, että superyrittäjillä on korkea keskittymistaso, työhön uppoutumisen ja sujuvuuden tunne. Superyrittäjät näkevät omat mahdollisuutensa tehdä asioita muita paremmin. Heille yrittäjyys merkitsee tehdä jotain merkityksellistä tyhjästä liikkeelle lähtien. Yrittäjyys on sitä, että saa tehdä mielekästä työtä intohimoisesti. Superyrittäjät puhuvat flow-kokemuksesta, jossa kaikki energia keskittyy itse tekemiseen ajan ja paikan tajun hämärtyessä. Se on työhön uppoutumista itse haasteen, ei ulkoisten palkintojen vuoksi.

Flow-kokemus on muusikolle ja esiintyvälle taiteilijalle välttämättömyys uskottavuuden aikaansaamiseksi. Flow'ssa kyse on huippusuorituksesta, hallinnan tunteesta, nautinnosta ja kyvystä antaa parastaan. Syntyy tunne, että kaikki sujuu kuin itsestään ja kokemuksen voi jakaa yleisön kanssa. Flow-kokemuksen aikaansaaminen vaatii työtä ja harjoittelua. Taidon hankkiminen edellyttää monipuolista soittokokemusta ja paljon mielikuvatyöskentelyä. Se vaatii hyviä sosiaalisia taitoja "lukea" muiden yhtyesoitajien ajatusmaailmaa. On pystyttävä luomaan hyvä suhde itse tekemiseen ja ainutkertaisiin h-hetkiin esiintymistilanteessa (Mäkirintala 2011, 42). Flow'n aikaansaaminen edellyttää hyvää tilannetajua.

Psykologi Mihaly Csikszentmihalyi on tutkinut paljon luovuutta ja siinä syntyvää flow-kokemusta. Flow'ssa tekijä ja teon kohde sulautuvat yhdeksi ja suhde aikaan, paikkaan ja itseen katoaa. Työ alkaa tehdä tekijäänsä. Muusikot ja taiteilijat puhuvat inspiraation voimasta, joka on kokemuksellisesti sama asia (Pyykkö 2011, 98).

Superyrittäjätulokinnassa yrittäjyys on heille paitsi ponnistus, myös palkinto samaan aikaan. He ovat mielestään löytäneet tasapainon oman keskittymisrauhansa, ympäröivien realiteettien ja liiketoiminnan kokonaistavoitteiden välillä (Lehti, Pyykkö & Rope 2007, 210-212).

Tutkimuksesta voi vetää sen johtopäätöksen, että kyky nähdä olemassaolevien systeemien, asioiden ja ilmiöiden puutteet ja löytää sitä kautta keinot toteuttaa asioita nykyistä paremmin, johtaa menestykselliseen liikeideaan ja sen toteuttamiseen.

Luovuudessa on kyse siitä, että on keksittävä jotain, joka ei ole ollut aiemmin olemassa ainakaan samanlaisena ja samassa yhteydessä toteutettuna.

#### 4 Luovuus ja liiketoiminta

Luovuuden lähteenä on aina intohimo tehdä ja toteuttaa omaa tärkeäksi kokemaansa asiaa. Tarve ilmaista itseään kumpuaa omalta mukavuusalueelta, sieltä missä aikanaan syntyi se iloisen musiikin harrastajan kipinä.

Pianisti Iiro Rantala toteaa kirjassaan *Nyt sen voi jo kertoa* (2011, 281) seuraavaa:

Koko homman ydin on innostus. Taitelijan täytyy olla innostunut omasta tekemisestään. Sellainen lapsen usko, että juuri tämä sävellys, taulu, koreografia, elokuva, konsertti tulee jollakin tavalla vaikuttamaan ihmisiin ja muuttamaan maailmaa. Vaikka kyse olisi kuinka marginaalisesta toiminnasta. Nuorena tämä innostus tulee luonnostaan ja rockmaailmassa uudet bändit lyövät usein läpi juuri tällä innostuksella. He eivät välttämättä ole keksineet pyörää uudestaan, mutta into on niin perkeleellinen, että jengi ostaa heidän juttunsa sen enempiä kyselemättä. Vanhempana into täytyy löytää uudestaan. On tervettä, että se jossain vaiheessa laantuu tai piiloutuu. Ei kukaan ajattele asioita samalla tavalla läpi elämänsä. Keski-ikäisen taiteilijan suurin haaste on pitää yllä intoaan. On kova paikka huomata, että se eteenpäin vievä voima, joka on puskenut jo vuosia mitä erilaisimpiin suorituksiin, katoaa jonain päivänä. Tai piiloutuu.

Haluan esimerkin vuoksi seuraavaksi kuvata oman intohimoni ja mukavuusalueeni, minkä pohjalta muusikkona innostun ja sytyn aina uudelleen:

Mikä rummuissa minua niin kiehtoo? Rumpalin rooli yhtyeessä on kiinnostanut ja pohdituttanut minua jo kauan. Olen havainnoinut useiden rumpaleiden soittotapaa ja heidän suhdettaan rytmiin ja huomannut että soittaessaan he ”keskustelevat” milloin solistin, kitaristin, pianistin tai milloin basistin kanssa tilanteesta riippuen. Rumpalin työskentely ei siis pelkästään rajoitu rytmisen pulssin ylläpitämiseen, vaikka siitä rumpali ensisijaisesti kantaakin vastuun. Hän on parhaimmillaan jännitteiden ja tilanteiden luoja haastaen muut kanssasoitajat mukaan. Rumpali on yhtyeen moottori, joka pitää pyörät pyörimässä. Hän on kanssasoitajia auttava ja tukeva peruspilari, keskusteleva ja kekseliäs rytmidynamo, joka naulaa tanssirytmille pulssin, viitoittaa tietä missä mennään. Rytmien maailma on ääretön ja se vie mennessään. Rumpujen soitto on paitsi soittimen teknistä hallintaa myös heittäytymistä, riskin ottoa, pelimannihenkeä ja hauskan pitoa. Sitä että siitä tarttuu jotain itselle, reppuun evääksi elämän varrelle.

Oma kipinäni syttyi aikanaan niin, että päätimme sattuman oikusta perustaa pihakavereiden kanssa bändin. Olin tuolloin 10-vuotias. Tiesin jo silloin, että kaiken silloin kuulemani musiikin perusteella (mm. Irwin Goodmanin *Ryysyranta*, Juha ”Watt” Vainion *Juhannustanssit*) rummut on ainoa oikea soitin. Ja nyt pääsen vielä bändiin! En suinkaan lähtenyt rumpukauppaan, vaan suunnistin lähi-Elantoon kyselemään

kauppiaalta tyhjiä maustekurkkupurkkeja. Ensimmäiset rumpuni tein viiden litran maustekurkkupeltipurkeista ja rumpukalvot kirjanpäällysmuovista. Kaverini äidiltä lainatut riisipuikot kelpasivat rumpukapuloiksi. Tästä syntyi alkusysäys ja siemen omaan intohimoiseen musiikin opiskeluuni. Tunne oli heti alusta asti niin kokonaisvaltainen, että en kokenut rumpujen soittoa mitenkään harrastuksena. Se oli enemmän.

Seuraavaksi kerron muutamia esimerkkejä suomalaisten muusikoiden kehittämistä liikeideoista.

*Gramexpress*-lehden numerossa 1/12 kerrotaan osakeyhtiö Kaihon synnystä. Liikeidea lähti ajatuksesta, että suomalaisille tunnusomaista melankolisuuksi ei pidä hävetä, vaan päinvastoin olla ylpeä sen surumielisyydestä kumpuavasta toiveikkuudesta. Artikkelissa muusikko Tuure Kilpeläinen toteaa, että globalisaatio on luonut tilaisuuden paitsi lähiruuille myös lähimusiikille. Kotimainen iskelmä kiinnostaa tänä päivänä Suomen kansaa enemmän kuin vuosiin. Suomen kieli ja melankolia ovat käsin kosketeltavia vaikkapa Suomen kansainvälisesti menestyneimmän elokuvaohjaajan Aki Kaurismäen töissä. Kaiho-yhtiön perustajat toteavat, että kaiho on kaunista, surumielisen toiveikasta ja väkevää musiikkia. He toteuttavat tätä missiota säveltämällä ja sanoittamalla melankolista, suomalaista iskelmää ja tarjoavat sitä esitettäväksi muille suomalaisille artisteille. Portugalilaisilla on fado, amerikkalaisilla blues ja meillä suomalaisilla kaiho. (Nordenstreng 2012, 8-11.)

*Muusikko*-lehden numerossa 1/2011 kitaristi-laulaja Pertti Kovanen kertoo Korsuorkesterin synnystä. Vuonna 1990 Kovanen keksi kuningasidean ja se syntyi vahingossa. Ravintoloitsijan pyytäessä teemailtaa Kovanen räätälöi sota-ajan musiikkiin perustuvan esityksen. Konsepti oli välitön menestys ja pian bändi nimeltä Korsuorkesteri Tiltu esiintyi Yhdysvaltoja myöten. Kovanen jätti päivätyön Enso-Gutzeitin kartonkitehtaassa ja ryhtyi kokopäiväiseksi muusikoksi. Tiltu voitti vuonna 1994 tanssiorkesterien SM-kilpailut ja levytuottaja Ilkka Vainio nappasi heidät silloisen Audiovoxin leipiin. Perusohjelmistoa ovat mm. seuraavat kappaleet: *Elämää juoksuhaudoissa*, *Eldankajärven jää*, *Äänisen aallot*. Keikka päättyy aina samaan kappaleeseen *Sillanpään Marssilauluun*. Kovanen mukaan menestys perustuu

kappaleiden surumielisyyteen ja sen herättämiin tunteisiin ja sota-ajan muistoihin. (Virtanen 2011, 5-9.)

Tähdiksi nousseet Apocalyptican sellistit opiskelivat ensin Sibelius-Akatemiassa klassista musiikkia, kunnes idea rock/metalli-yhtyeestä muutti kaiken. Taidemusiikin edellyttämä lahjakkuus ja taitotaso eivät ole ainakaan haitanneet täysin erilaista uraa. Alkuperäisenä ideana oli esittää selloilla Metallica-yhtyeen musiikkia. Sittenmin yhtyeen jäsenet ovat myös itse säveltäneet esittämäänsä musiikkia. Yhtye on tänä päivänä tunnettu maailmanlaajuisesti ja toistaiseksi ei valtavalle suosiolle tunnu näkyvän loppua.

Läpimurtojen teko vaatii luovaa hulluutta. Se on uskallusta ajatella ja tehdä toisin. Luova hulluus on hallittujen riskien ottamista, heittäytymistä uuteen ja tuntemattomaan. Se on kykyä ratkaista ongelmia eri näkökulmasta kuin miten ongelmat on luotu. Luovuuteen ja innovatiivisuuteen nyt-hetkitaidot ovat välttämättömiä (Mäkirintala 2011, 107). Ei synny uutta, jos ei tietoisesti havainnoi nykyhetkeä ja oivalla sen tarjoamia mahdollisuuksia. Taide kehittää taitoa elää tässä ja nyt. Se vaatii huomionsa juuri sillä ohikiitävällä hetkellä, jolloin elämyksen lähde on tarjolla.

Edellä esitetyt esimerkit osoittavat, että luovan muusikkouden jalostaminen kannattavaksi liiketoiminnaksi ei ole mahdoton yhtälö. Muusikon on tasapainoiltava taitavasti niin, että kaiken keskiössä olevan persoonallisen taiteilijuuden alue on sopusoinnussa taitoon kommunikoida yleisölle. Tärkeintä on itse musiikki, mutta musiikillisen osaamisen lisäksi on vähintään yhtä tärkeä tapa, jolla musiikkia esitetään.

Muusikon ammattikuvaa leimaa jatkossa yhä enemmän yrittäjänä oleminen. Keikkajärjestäjät olettavat mm., että muusikot laskuttavat esiintymisistään yhtiöinä. Muusikot ovat huomanneet tarvitsevänsä entistä enemmän kaupallisia ja sopimusteknisiä taitoja. Erityisesti markkinoinnin, tiedottamisen ja tuotteistamisen osaaminen on tulevaisuudessa merkittävää. (Toive-loppuraportti 2011.)

Muusikon toimenkuva on muuttumassa ja siksi myös ammattiin johtavan opetuksen painopistettä olisi muutettava. Musiikin koulutusohjelman aloituspaikkoja ollaan



karsimassa vetoamalla mm. siihen, että tarjonta ylittää kysynnän. Karsimisen sijasta olisi pohdittava opetuksen sisällön uudistamista. Oman instrumentin ja eri musiikin tyyllisuuntien opetuksen lisäksi olisi yhä tärkeämpää tarjota myös luovan alan yrittäjyyskoulutusta, markkinointitietotaitoja, tuotteistamista ja erilaisia viestintäkursseja osana pakollisia opintoja. Ilman työelämälähtöistä koulutusta muusikon on tänä päivänä yhä hankalampi pärjätä rytmimusiikin toimialalla. Opetusmetodeja on hiottava. On korostettava luovuutta, improvisointia, oman osaamisen markkinointia sekä opiskelija- ja työelämälähtöistä opettamista.

## 5 Yhteenveto ja pohdinta

Työn tavoitteena oli kuvata yrittäjyyden antamia mahdollisuuksia työllistyä rytmimusiikkialalla. Lähtökohtana oli esittää viitekehys, joka toimisi mallina rakennettaessa visiosta liikeidea ja siitä edelleen liiketoimintasuunnitelma. Kuvaamassani liikeideamallissa keskityin ennen kaikkea luovan toiminnan ytimeen. Vähemmälle huomiolle työssäni jäivät yrittäjyyteen liittyvät muut sinänsä tärkeät osa-alueet: taloushallinnolliset asiat, markkinoinnin täsmäviestintä, projektin hallinta jne. Pitkäjänteisen yrittäjyyden kannalta on oleellista rakentaa toiminnan ydin niin kestäväksi ja läpinäkyväksi, että muut liiketoiminnan prosessit tukevat sitä luontevalla tavalla.

Elävän musiikin osuus musiikkitarjonnasta on lisääntymässä. Perinteikkään Tavastia-klubin rinnalle on noussut koko joukko erityyppisiä rock- ja jazz-klubeja. Myös Musiikkitalo tarjoaa monipuolista elävää musiikkia läpi genererajojen. Elävän musiikin kysyntä on lisännyt tarjontaa. Levymyynnin pientymisen myötä live-esiintymisistä on tullut yhä tärkeämpi tulolähde muusikoille. Yleisö kaipaa elämyksiä, samaistumisen tunnetta ja irtiottoja arjesta. Esiintyvällä artistilla ja muusikolla on oltava se jokin, mikä kiinnittää yleisön huomion.

Ammattimuusikko kohtaa työssään paitsi yleisön, myös muita toimijatahoja. Vuorovaikutus- ja neuvottelutaitoja vaaditaan, kun ollaan tekemisissä ääniteyhtiön, ohjelmatoimiston, tapahtumajärjestäjän, tilaajan tai markkinointiyrityksen kanssa. Kyky tulla toimeen erilaisten ihmisten kanssa ja luoda luottamukselliset suhteet eri tahoihin vaikuttaa merkittävästi työtilaisuuksien saamiseen.

Yrittäjyys on yleisesti ottaen melko tuore ilmiö. Mikäli yrittäjyydellä tarkoitetaan markkinalähtöistä, kysyntä- ja kannattavuusperusteista toimintaa, ei pitkiä perinteitä yrittäjyydelle Suomessa ole ollut. Yrittäjiksi on ryhdytty useista eri syistä. Joskus tilanteeseen on jopa ajauduttu tai jouduttu. Leimaa-antavaa on ollut myös tapa, jolla epäonnistuneita yrittäjiä on maassamme kohdeltu. Konkurssin tehnyt yrittäjä on saanut pitkäksi aikaa häviäjän tatuoinnin otsaansa.

Tänä päivänä yrittäjyyteen aletaan suhtautua jo toisella tavoin. Valtiovalta on alkanut tukea yrittäjyyttä sekä rahallisesti että järjestämällä erilaisia yrittäjyysseminaareja. Yrittäjyyttä ei enää mielletä vain pitkäaikaistyöttömien työllistämiskeinoksi, vaan realistiseksi vaihtoehdoksi toteuttaa omia unelmia ja visioita. Yrittäjyydelle alkavat olla puitteet ja toteutuskanavat olemassa. Esimerkiksi Suomen Muusikkojen liitto ry tarjoaa monipuolista tietoa liittyen muusikon ammattiin. Yrittäjät verkostoituvat yhä enemmän ja toimivat joskus jopa toistensa mentoreina eli valmentajina. Muusikon näkökulmasta yrittäjyys ja yritystoiminta eivät ole hyppy tuntemattomaan, vaan mahdollisuus toimia alalla uskottavasti ja näkyvästi.

## Lähteet

Avola, Pertti 2012. Blueskuningatar pistää menoksi. Helsingin Sanomat. Julkaisupäivä 8.2.2012. C 1.

Gerber, Michael 2009. Awakening the Entrepreneur within: How Ordinary People Can Create Extraordinary Companies. New York: HarperCollins.

Jokelainen, Jarkko 2012. Rock soi keskustasta Kallioon ja Töölöön. Helsingin Sanomat. Julkaisupäivä 17.3.2012. C1.

Lehti, Eero, Pyykkö, Manne & Rope, Timo 2007. Mikä tekee yrittäjästä menestyvän? Helsinki: WSOY Pro Oy.

Lehtinen, Lottaliina 2011. Muusikon sopimusopas. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Meretniemi, Irma & Ylönen, Hanna 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Helsinki: Otava.

Merriam, Alan P. 1964, 1980. The Anthropology of Music. Illinois: Northwestern University Press.

Mether, Jari & Rope, Timo 2001. Tavoitteena menestysbrandi. Helsinki: WSOY.

Mäkirintala, Eija 2011. Luova ote huippusuoritukseen-Resonanssi ratkaisee. Helsinki: Talentum.

Nordenstreng, Markus. Kaihon miehet, Gramexpress, 2012(1), 8 – 11.

Pyykkö, Manne 2011. Minustako yrittäjä? Helsinki: WSOY Pro Oy.

Rantala, Iiro 2011. Nyt sen voi jo kertoa. Helsinki: Teos.

Toive-loppuraportti. Musiikkialan toimintaympäristöt ja osaamistarve, Sibelius-Akatemian selvityksiä ja raportteja 13/2011.

Valtakunnallinen klubi- ja aluekiertuehanke-VAKA raportti 2011. Helsinki: Suomen Muusikkojen liitto ry.

Virtanen, Tommi 2011. Elämäntyö viihdytysjoukoissa, Muusikko, 2011(1), 4-9.

